

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan *fashion* di setiap kalangan, membuat aksesibilitas *fashion* bergerak ke seluruh penjuru dunia yang akhirnya berlomba menciptakan sesuatu yang baru dan terkini untuk dipamerkan, diproduksi dan akhirnya di pasarkan kepada konsumen. Konsumen mempunyai peran yang penting bagi perusahaan, karena dengan keberadaan konsumen dan beraneka ragam kebutuhannya maka produsen harus tanggap untuk melakukan pengamatan terhadap apa yang menjadi keinginan dengan membuat sesuatu yang unik, ditunjang dengan desain yang berwawasan mengikuti arah gerak *fashion* setiap tahunnya. Sehingga perusahaan dapat memenuhi dan memuaskan konsumen melalui produk yang ditawarkan. Dunia *fashion* di indonesia bisa dikatakan berkembang sangat pesat dalam beberapa dekade terakhir. Hal ini didukung dari berbagai sisi baik desainer lokal yang semakin potensial, tingkat perekonomian yang membaik, sampai sektor ritel yang berkembang pesat. Perkembangan dunia fashion menjadi hal penting bagi berbagai kalangan baik muda atau tua. Akhir-akhir ini usaha di Indonesia bisnis yang menjanjikan adalah Dunia *Fashion*.

Bandung sebagai salah satu Kota di Jawa Barat dan merupakan kota metropolitan terbesar di Provinsi Jawa Barat. Kota Bandung dikenal sebagai kota *Paris Van Java*, Kota Kembang, *City of Heritage* dan dikenal juga sebagai kota berbelanja dengan mall, *factory outlet* serta tempat berbelanja lainnya yang banyak tersebar di kota ini, Kota Bandung juga menjadi kota wisata *fashion*,

dimana banyak sekali *trend fashion* yang ditawarkan di kota ini. Seiring dengan diberlakukannya UU No. 22 tahun 1999 tentang otonomi daerah yang memberikan kewenangan pada setiap daerah nya untuk dapat mengelola sumber daya yang dimilikinya secara mandiri, maka Kota Bandung berkembang sebagai kota yang memiliki potensi besar dalam wisata belanjanya, dengan diwujudkannya penetapan kawasan-kawasan yang khusus dikembangkan untuk kegiatan wisata belanja.

Tidak heran jika kota ini merupakan salah satu tempat wisata *fashion* yang menjadi incaran para masyarakat mulai dari pakaian modern hingga tradisional. Dan pada tahun 2007, British Council menjadikan Kota Bandung sebagai pilot *project* kota terkreatif se-Asia Timur.

Industri perdagangan merupakan salah satu sektor pariwisata yang memberikan kontribusi paling besar terhadap perekonomian di Kota Bandung. Hal tersebut di dukung oleh data dari Antaranews.com dan Bisnis Indonesia tahun 2017 dimana sektor *Fashion* berperan memberikan kontribusi yang paling besar diantara yang lainnya terhadap perekonomian Kota Bandung. Pada Tabel 1.1 adalah kontribusi laju pertumbuhan berbagai sektor bagi perekonomian Kota Bandung tahun 2017:

Tabel 1.1
Kontribusi Subsektor Industri Kreatif di Kota Bandung Tahun 2017

No	Industri Kreatif	Subsektor PDB	Persentase
1.	Periklanan	8.305.034.367	9,87%
2.	Arsitektur	4.134.446.695	4,91%
3.	Pasar Barang Seni	685.870.805	0,81%
4.	Kerajinan	6.159.598.596	7,32%

Tabel Lanjutan 1.1

No	Industri Kreatif	Subsektor PDB	Persentase
5.	Kuliner	16.08.768.980	15,62%
6.	Desain	6.072.583.329	7,21%
7.	<i>Fashion</i>	45.803.769.843	54,40%
8.	Video, Film, Fotografi	250.431.983	0,29%
9.	Permainan Interaktif	337.392.321	0,40%
10.	Musik	3.824.179.411	4,54%
11.	Seni Pertunjukan	124.467.644	5,09%
12.	Penerbit dan Percetakan	4.283.989.793	1,23%
13.	Layanan Komputer dan Piranti Lunak	1.040.637.861	2,53%
14.	Televisi dan Radio	2.136.827.023	1,15%

Sumber : Antaranews.com dan Bisnis Indonesia 2017

Berdasarkan data Tabel 1.1 diatas menunjukkan bahwa PDB industri kreatif kota Bandung didominasi oleh industri *fashion* sebesar 54,40% karena *fashion* merupakan jenis usaha yang beberapa tahun ini banyak dijadikan sebagai ladang usaha bagi para pengusaha di Kota Bandung.

Kota Bandung dikenal sebagai kota *mode* banyak menawarkan selera yang sangat beragam baik untuk pria maupun wanita dari berbagai kalangan, maka dari itu para pelaku bisnis berlomba-lomba membuka usaha di bidang tersebut. Di kota ini pun sangat bermacam macam mulai usaha dari *Factory Outlet* (FO), *Clothing Company* (CC), maupun *Distro* (*Distribution Outlet*) sampai pedagang kaki lima. Berikut peneliti sajikan data jenis industri *fashion* di kota Bandung tahun 2012 sampai dengan tahun 2017 sebagai berikut :

Tabel 1.2
Jenis Industri Kreatif Fashion di Kota Bandung

Jenis Usaha	Tahun 2012-2013	Tahun 2014-2015	Tahun 2016-2017
<i>Distro</i>	485 Gerai	517 Gerai	579 Gerai
<i>Clothing</i>	55 Gerai	80 Gerai	95 Gerai
<i>F0</i>	85 Gerai	120 Gerai	155 Gerai

Sumber : [Http://bandungcreativecityblog.wordpress.com](http://bandungcreativecityblog.wordpress.com)

Dari Tabel 1.2 menunjukkan bahwa dari tahun ke tahun jumlah pelaku bisnis di bidang *Fashion* mengalami angka meningkat yang artinya banyak pelaku usaha yang memanfaatkan peluang besar yang ada di Kota Bandung. Hal ini juga mengakibatkan persaingan *distro* meningkat, sehingga masing-masing perusahaan harus mempunyai ciri khas dan keunikan tersendiri agar dapat lebih unggul dari yang lain menawarkan produk sejenis dan tentunya menarik perhatian konsumen.

Distro yaitu singkatan dari *distribution store* atau *distribution outlet* adalah jenis toko di Indonesia yang menjual pakaian dan aksesoris yang dititipkan oleh pembuat pakaian, atau menjual produknya sendiri. Sedangkan *clothing* adalah perusahaan yang memproduksi pakaian untuk dijual melewati jasa distro ataupun jasa lainnya, sebab *clothing* tidak memiliki toko sendiri untuk menjual pakaian yang diproduksinya. Dan *factory outlet* merupakan toko yang menjual pakaian dari merk-merk ternama dan juga pakaian sisa ekspor.

Distro umumnya merupakan industri kecil dan menengah (IKM) yang sandang dengan merk independen yang dikembangkan oleh kalangan muda. Produk yang dihasilkan dan diusahakan untuk tidak diproduksi secara massal, agar mempertahankan sifat eksklusif suatu produk dan hasil kerajinan. Bentuk

awal usaha ini adalah usaha rumahan atau dibuat etalase dan rak untuk menjual *t-shirt*.

Kota Bandung sendiri memiliki beberapa distro yang merajai atau mendominasi dalam bidang *fashion*. Namun yang paling merajai adalah distro Ouval Research dan UNKL 347, kedua tersebut merupakan distro terbesar di Kota Bandung bahkan hingga diluar kota, pilihan masyarakat ini tentu menjadi sebuah peluang besar bagi pelaku bisnis usaha tersebut, terutama dibandingkan *clothing*, untuk terus meningkatkan penjualannya dengan penerapan strategi pemasaran yang tepat. Inovasi yang dapat memenuhi kebutuhan dan selera konsumen mutlak diperlukan jika pelaku bisnis tidak ingin kehilangan konsumennya serta menumbuhkan permintaan akan produknya.

Di era modern ini konsumen semakin kritis dalam memilih produk apalagi produk yang akan dipakai, pelaku bisnis harus lebih memahami kebutuhan dan keinginan tentang produk *fashion* ini, untuk memahami kebutuhan dan keinginan konsumen memang tidak mudah perlu upaya khusus. Berdasarkan data *market share* distro di Kota Bandung, menunjukkan bahwa banyaknya pesaing yang mulai mencoba mendominasi distro di Indonesia. Berikut peneliti sajikan data persaingan beberapa distro di Kota Bandung yang di lihat berdasarkan data market share pada Tahun 2017 pada tabel 1.3 berikut ini :

Tabel 1.3
Market Share Distro di Kota Bandung Tahun 2017

No.	Distro	Market Share (%)
1.	Ouval Research	33,16 %
2.	UNKL 347	25,75 %

Tabel Lanjutan 1.3

No.	Distro	Market Share (%)
3.	Evil Army	11,20 %
4.	Arena Experience	10,51 %
5.	Cosmic	9,22 %
6.	Badger	2,22 %
7.	Gummo Ltd	2,17 %
8.	Bloods	1,60 %
9.	Wellborn	1,25 %
10.	Screamous	1, 06 %
11.	Blackjack	0,72 %
12.	Duck Side	0, 62 %
13.	Maternal	0, 52 %
14.	HEAVEN	0, 42 %

Sumber : SWA No. 19/XXIX/12-25Sept2017

Dilihat dari Data *market share* diperoleh bahwa Distro Ouval Research berada di puncak dengan *market share* 33, 16 % dan Distro Heaven berada di tingkat paling rendah dengan *market share* 0, 42 %. Hal ini membuktikan bahwa produk yang dihasilkan oleh pihak Distro Heaven tidak berkembang ini dikarenakan tidak adanya variasi-variasi produk atau produk baru yang diberikan kepada konsumen, oleh karena itu untuk memperoleh pangsa pasar dapat dilakukan dengan memberikan kepuasan kepada konsumen. Kepuasan merupakan faktor kunci yang perlu diperhatikan oleh suatu perusahaan agar dapat unggul dalam persaingan yang semakin kompetitif, sudah dipastikan ada beberapa toko yang tutup disebabkan karena adanya ketidakpuasan konsumen akan produk yang

dihasilkan. Konsumen yang tidak puas akan melakukan pembelian ditempat lain yang mereka nilai lebih baik. Maka hasil dari data tersebut menjadi alasan mengapa penulis melakukan penelitian di Distro Heaven.

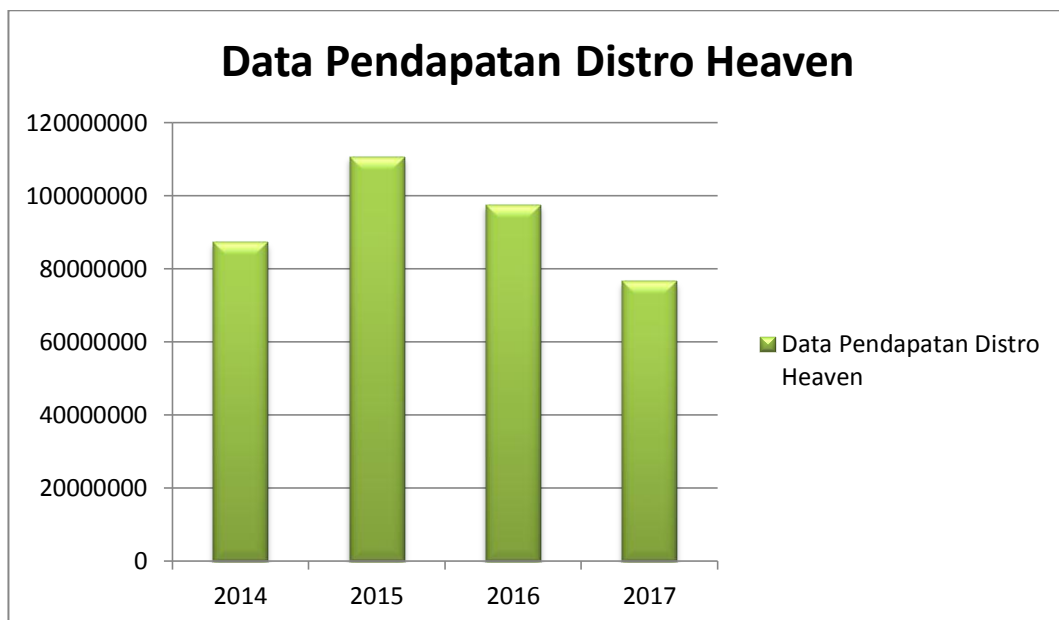
Keadaan tersebut tidak lepas dari hadirnya beberapa pesaing-pesaing yang menjadi pesaing terberat dari Distro Heaven diantaranya adalah Distro UNKL 347 yang merupakan distro yang menjadi pemrakarsa *clothing company* di Kota Bandung, kemudian ada Distro Ouval *Research* yang fokus desain-desainnya produknya lebih kearah *skate board*, serta ada Arena *Experience* yang terkenal produk-produk sepatunya. Dibanding pesaingnya, Distro Heaven memiliki desain yang kurang menarik dibandingkan dengan *clothing company* tersebut.

Distro Heaven berdiri pada bulan April 2007 yang berlokasi di Jalan Trunojoyo No. 15 Bandung. Heaven ini mempunyai harapan besar untuk memberikan pilihan yang luar biasa dalam industri *fashion*. Heaven memiliki pangsa pasar yang cukup luas yang biasanya diminati oleh remaja dan semua orang yang *open-minded, independent*, dan *modern*.

Heaven menawarkan produk kepada konsumen laki-laki maupun perempuan seperti *t-shirt, sweater, hat, skateboard* dan lainnya. Heaven telah eksis dalam kurun lebih dari sepuluh tahun dan dapat mensejajarkan posisinya dengan pesaing-pesaing yang ada di Kota Bandung.

Upaya untuk memasarkan produknya dan menarik konsumen, Heaven melakukan pemasarannya meliputi *personal selling*, mengikuti *event*, beli putus dengan rekanan bisnis (*reseller*). Dalam penelitian ini yang menjadi objek

penelitian adalah store yang kurang nyaman yang berada dibelakang distro lain dan lahan yang sempit dan terdapat beberapa masalah seperti kualitas produk yang tidak sesuai harapan, desain produk kurang menarik perhatian konsumen dan kurang lengkapnya produk yang dihasilkan seperti sepatu, sendal, tas, celana jeans, jaket dan kemeja. Keadaan tersebut juga berdampak dan membuat tingkat penjualan yang berfluktuasi pada Distro Heaven. Dikarenakan kurangnya inovasi, untuk menguatkan dengan adanya permasalahan di Distro Heaven, penulis juga melihat data pendapatan di Distro Heaven dari tahun 2014-2017. Data yang disajikan sebagai berikut :



Gambar 1.1
Data Pendapatan Distro Heaven
Sumber : Distro Heaven

Berdasarkan Gambar 1.1 diatas menunjukan bahwa pendapatan Distro Heaven cenderung mengalami penurunan. Penjualan paling tinggi terjadi pada tahun 2015 dikarenakan kebutuhan akan *fashion* terutama kaos meningkat sehingga transaksi pembelian di Distro Heaven meningkat sedangkan pada tahun-

tahun berikutnya mengalami penurunan dikarenakan semakin menjamurnya distro-distro di Kota Bandung dengan bermacam-macam persaingan yaitu diwarnai dengan bermacam-macam produk yang ditawarkan, rancangan *display* yang menarik dan juga desain produk yang menarik.

Strategi yang harus dilakukan oleh perusahaan yaitu menyusun strategi promosi yang mampu menarik konsumen agar konsumen dapat memutuskan untuk melakukan pembelian produk dengan maksud untuk memberikan informasi tentang adanya produk dengan kelebihan dan manfaatnya yang bertujuan untuk membujuk, mempengaruhi dan meyakinkan konsumen dan yang perlu dilakukan agar bisnis bertahan pelaku pengusaha harus dapat menciptakan produk yang unik dan unggul agar produk yang dijual laku dipasaran.

Turunnya data transaksi perusahaan bisa dipengaruhi oleh turunnya kepuasan konsumen. Apabila konsumen merasa puas maka ditandai dengan rasa senang, begitu pula sebaliknya apabila konsumen merasa sedih maka dapat dikatakan bahwa konsumen tersebut tidak puas. Selain itu, banyaknya konsumen yang mengeluh juga menandakan bahwa konsumen bahwa konsumen tersebut merasa tidak puas. Keluhan konsumen dijadikan sebagai salah satu alat untuk mengukur seberapa besar kepuasan konsumen. Berikut ini adalah data keluhan konsumen :

Tabel 1.4
Data Keluhan Konsumen Distro Heaven Bulan Januari – Desember 2017

No	Waktu Keluhan	Keluhan Konsumen	Jumlah
1	Januari 2017	Papan skateboard cacat	2

Tabel Lanjutan 1.4

No	Waktu Keluhan	Keluhan Konsumen	Jumlah
2	Februari 2017	1. Papan skateboard cacat 2. Desain sablon Mudah Rusak	1 4
3	Maret 2017	Kaos Luntur	6
4	April 2017	1. Jahitan tidak rapih 2. Kaos luntur	4 3
5	Mei 2017	Sablon mudah rusak	6
6	Juni 2017	1. Kaos luntur 2. Aksesoris tidak lengkap	2 4
7	Juli 2017	1. Jahitan tidak rapih 2. Desain kaos luntur	3 4
8	Agustus 2017	Kaos berbulu	4
9	September 2017	1. Sablon terkelupas 2. Desain Topi Luntur	2 1
10	Oktober 2017	1. Jahitan tidak rapih 2. Papan skate cacat	4 1
11	Nopember 2017	Kaos berbulu	5
12	Desember 2017	Papan skate cacat	1
	Total		57

Sumber : Distro Heaven

Berdasarkan Tabel 1.4 di atas menunjukkan bahwa sebanyak 57 orang konsumen mengeluh, yaitu diantaranya 48 orang mengeluh karena kualitas produk yang dijual di Distro Heaven menurun dan 9 orang mengeluh karena desain produk di Distro Heaven kurang menarik sehingga konsumen menjadi kurang tertarik untuk membeli produk tersebut. Maka dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen Distro Heaven berada dalam kondisi tidak puas.

Selanjutnya untuk mengetahui lebih jauh mengenai masalah-masalah yang dihadapi, maka peneliti melakukan penelitian pendahuluan yaitu dengan cara membagikan kuisioner kepada 30 responden konsumen yang berkunjung ke Distro Heaven. Hasil penelitian pendahuluan mengenai kepuasan konsumen yaitu sebagai berikut :

Tabel 1.5
Hasil Penelitian Pendahuluan Mengenai Kepuasan Konsumen

No	Kepuasan	
1.	Puas	7 orang
2.	Tidak Puas	23 orang

Sumber : Hasil Penelitian Pendahuluan

Berdasarkan hasil penelitian pendahuluan pada Tabel 1.5 menyatakan bahwa kepuasan konsumen di Distro Heaven sebanyak 7 orang merasa puas dan sebanyak 23 orang merasa tidak puas. Kepuasan konsumen merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut.

Konsumen dapat mengalami salah satu dari tingkat kepuasan umum jika kinerja dibawah harapan konsumen akan merasa kecewa, tetapi jika kinerja sesuai dengan harapan konsumen akan merasa sangat puas, senang atau gembira. Maka tingkat kepuasan konsumen terhadap suatu barang atau jasa akan mencerminkan tingkat keberhasilan suatu perusahaan. Melihat penyebab fenomena yang terjadi di distro Heaven, penulis juga melakukan penelitian pendahuluan dengan membagikan kuesioner kepada 30 responden konsumen Distro Heaven. Penelitian pendahuluan bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor

apa saja yang mempengaruhi dan menyebabkan kepuasan konsumen yang berdampak pada menurunnya tingkat penjualan di Distro Heaven. Faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen adalah bauran pemasaran. Hasil penelitian pendahuluan pada Distro Heaven yang penulis sajikan pada halaman selanjutnya yaitu :

Tabel 1.6
Hasil Kuesioner Pendahuluan Terkait Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Ketidakpuasan Konsumen di Distro Heaven

Bauran Retail	Pernyataan	SS 5	ST 4	RG 3	TS 2	STS 1	Rata-rata	Interpretasi Data
<i>Product</i>	1. Produk Heaven memiliki beragam produk	1	3	4	13	9	2,4	Tidak Setuju
	2. Produk Heaven memiliki kualitas baik	7	6	8	9	-	3,3	Ragu – ragu
<i>Price</i>	3. Harga sesuai dengan kualitas produk	7	8	10	5	-	3,5	Setuju
	4. Harga relatif lebih murah dibandingkan dengan pesaing	4	8	9	9	-	3,2	Ragu – ragu
<i>Place</i>	5. Lokasi/tempat Distro Heaven terjangkau	6	7	12	5	-	3,4	Setuju
	6. Jalan masuk ke distro dari jalan raya mudah	7	6	11	6	-	3,4	Setuju
<i>Promotion</i>	7. Iklan di media sosial membuat saya tertarik	5	7	10	5	3	3,2	Ragu – ragu
	8. Diskon yang diberikan membuat saya tertarik	4	9	11	4	2	3,3	Ragu – ragu
<i>People</i>	9. Karyawan mempunyai wawasan tentang	4	6	15	5	-	3,3	Ragu – ragu

Tabel Lanjutan 1.6

Bauran Retail	Pernyataan	SS 5	ST 4	RG 3	TS 2	STS 1	Rata - rata	Intrepet asi Data
	produk Distro Heaven							
	10. Karyawan distro berpenampilan rapi dan sopan	8	9	12	1	-	3,8	Setuju
<i>Process</i>	11. Proses dalam menanggapi pesanan sangat cepat	8	9	8	5	-	3,6	Setuju
	12. Proses pengiriman produk sangat cepat	5	8	10	6	1	3,3	Ragu – ragu
<i>Process Physical Evidence</i>	13. Kenyamanan saat belanja pakaian Distro Heaven	2	4	7	10	7	2,4	Tidak setuju
	14. Kebersihan saat belanja pakaian di Distro Heaven	3	4	9	8	6	2,6	Ragu – ragu

Sumber : Hasil penelitian pendahuluan

Berdasarkan hasil penelitian pendahuluan pada Tabel 1.6 terdapat masalah yang mempengaruhi ketidakpuasan konsumen di Distro Heaven yaitu keragaman produk dan store atmosphere. Hasil penelitian pendahuluan menunjukkan bahwa keragaman produk mengalami masalah. Melihat banyaknya pesaing distro yang memiliki keragaman produk yang beragam, maka ini akan menjadi perhatian khusus bagi pelaku usaha distro untuk lebih memperhatikan keragaman produk. Pengembangan produk dapat dilakukan dengan cara mengembangkan produk yang sudah ada. Selain itu dapat dilakukan penelitian untuk menciptakan produk baru dengan model yang sesuai. Perusahaan yang tidak mampu menciptakan ataupun menawarkan produk baru akan menghadapi risiko seperti penurunan

volume penjualan, karena munculnya pesaing yang lebih kreatif dan lebih inovatif, adanya perubahan selera konsumen, munculnya teknologi baru dalam proses produksi.

Selain keragaman produk, suasana toko atau yang biasa disebut *store atmosphere* juga mengalami masalah digambarkan sebagai citraan visual dan gambar dari sebuah toko yang mungkin mempengaruhi kenyamanan pelanggan sebagai orang yang menerima citra visual tersebut. Suasana toko juga merupakan salah satu variabel yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Jika suasana toko yang diberikan kepada konsumen sesuai dengan harapan konsumen, maka kepuasan konsumen akan tercipta, tetapi jika suasana toko yang tersedia tidak membuat pelanggan nyaman atau tidak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan maka kepuasan pelanggan tidak akan tercipta, untuk dapat memuaskan kepuasan konsumen melalui suasana toko, maka pemilik toko harus memberikan kenyamanan toko untuk dapat memuaskan kepuasan konsumen.

Keragaman Produk dan *Store Atmosphere* yang diterapkan pada Distro Heaven dianggap kurang maksimal. Keragaman Produk di Distro Heaven dianggap kurang lengkap dan kurang beragam kemudian pada *Store Atmosphere* peneliti melakukan observasi langsung ke Distro Heaven dengan hasil tidak adanya ruang ganti pakaian sehingga konsumen merasa kurang nyaman, tidak memiliki *Air Conditioner*, sempitnya jalan masuk menuju toko, fasilitas parkir yang jaraknya jauh dari toko, rancangan *display* yang tidak menarik dan kebersihan yang kurang terjaga. Harapan konsumen terhadap keragaman produk dan *store atmosphere* yang dilakukan oleh pihak distro tidak berbanding lurus dan hal itu menyebabkan tingkat kepuasan konsumen masih rendah.

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian sejauh mana keragaman produk dan *store atmosphere* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dan menyajikan dalam suatu karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Keragaman Produk dan *Store Atmosphere* Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Distro Heaven Trunojoyo Kota Bandung”**.

1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah

Dalam penelitian ini, peneliti mengamati berbagai fenomena yang terjadi di Distro Heaven. Dalam fenomena tersebut terdapat berbagai masalah yang diidentifikasi dan dirumuskan oleh penulis.

1.2.1 Identifikasi Masalah

Mengacu pada latar belakang penelitian yang telah dipaparkan, maka dalam melakukan penelitian ini, penulis mengidentifikasi masalah penelitian sebagai berikut :

1. Market Share Distro Heaven menduduki urutan terendah menurut SWA No. 19/XXIX/12-25Sept2017.
2. Keluhan dari konsumen mengenai kualitas produk dan desain produk di Distro Heaven.
3. Pendapatan Distro Heaven yang mengalami penurunan.
4. Ketidakpuasan yang dirasakan konsumen setelah membeli produk di Distro Heaven.
5. Kurang lengkapnya produk-produk yang dihasilkan oleh pihak Distro Heaven seperti tas, sandal, sepatu, celana jeans, jaket, kemeja, dan beragam fashion lainnya.

6. Tidak memiliki ruang ganti pakaian sehingga konsumen merasa kurang nyaman.
7. Tidak memiliki *Air Conditioner* sehingga udara di toko terasa panas.
8. Sempitnya jalan masuk menuju toko.
9. Fasilitas parkir yang jaraknya jauh dari toko.
10. Rancangan *Display* pakaian yang tidak menarik perhatian konsumen.
11. Kebersihan yang kurang terjaga.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada uraian latar belakang penelitian, maka dapat dirumuskan masalah penelitian adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai keragaman produk di Distro Heaven Trunojoyo, Kota Bandung.
2. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai *store atmosphere* di Distro Heaven Trunojoyo, Kota Bandung.
3. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai kepuasan konsumen di Distro Heaven Trunojoyo, Kota Bandung.
4. Seberapa besar pengaruh keragaman produk dan *store atmosphere* mengenai kepuasan konsumen di Distro Heaven Trunojoyo, Kota Bandung baik secara simultan maupun parsial.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian di Distro Heaven Kota Bandung adalah untuk mengetahui dan menganalisis yaitu pada halaman berikutnya:

1. Tanggapan konsumen mengenai keragaman produk pada Distro Heaven.
2. Tanggapan konsumen mengenai *store atmosphere* pada Distro Heaven.
3. Tanggapan konsumen mengenai kepuasan konsumen pada Distro Heaven.
4. Besarnya pengaruh keragaman produk dan *store atmosphere* mengenai kepuasan konsumen pada Distro Heaven, baik secara simultan dan parsial.

1.4 Kegunaan Penelitian

Bagian ini akan menjelaskan kegunaan penelitian yang dibagi menjadi dua bagian yaitu kegunaan secara akademis dan praktis.

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Penelitian ini ditunjukan untuk menguji apakah variabel keragaman produk dan *store atmosphere* dapat memperlihatkan pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian inilah yang diharapkan dapat memberikan kontribusi secara teoritis.

1.4.2 Kegunaan Praktis

1. Bagi Penulis
 - a. Penelitian ini akan dapat menambah wawasan dan pengetahuan khususnya dalam bidang manajemen pemasaran dan ilmu pengetahuan ekonomi yang ada hubungannya dengan masalah keragaman produk dan *store atmosphere* serta pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen sehingga dapat diperoleh gambaran kesesuaian fakta dan teori.
 - b. Peneliti dapat mengetahui permasalahan yang mempengaruhi Keragaman Produk di Distro Heaven.

- c. Peneliti dapat mengetahui permasalahan yang terjadi pada *store atmosphere* di Distro Heaven.
- d. Peneliti dapat mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen di Distro Heaven.

2. Bagi Pihak Perusahaan

- a. Penelitian ini akan menghasilkan suatu kesimpulan dan saran-saran terhadap masalah yang dihadapi distro sebagai suatu masukan dan bahan pertimbangan dalam menerapkan suasana toko yang nyaman dan keragaman produk yang baik di masa yang akan datang.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dalam menangani masalah yang dihadapi berkaitan dengan tingkat kepuasan konsumen.

3. Bagi Pihak Lain

- a. Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber informasi untuk menambah pengetahuan dan sebagai bahan referensi tambahan untuk penelitian ilmiah yang akan dilakukan selanjutnya.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan perbandingan untuk penelitian sejenis.
- c. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi, wawasan secara langsung dalam menghadapi permasalahan yang ada di dalam dunia kerja serta dapat digunakan untuk latihan menerapkan antara teori yang di dapat dari bangku kuliah dengan dunia kerja.